

FAIR TRADE – uma certificação que contribui com o desenvolvimento sustentável: o caso da CASA APIS do Brasil



Maria Mislene Rosado de Sousa

Laboratório COACTIS, Ecole Doctorale Sciences Economiques et de Gestion, Université Jean Monnet de Saint Etienne, France

José Carlos Lázaro da Silva Filho

Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade – FEACC, Universidade Federal do Ceará, Brasil

Johnny Herberthy Martins Ferreira

Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente – PRODEMA, Universidade Federal do Piauí, Brasil

Recebido: 5 de outubro de 2016. Aceptado: 1 de febrero de 2017.

Resumo

O presente estudo tem como objetivo compreender as mudanças ocorridas nas cooperativas da Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro (CASA APIS) após a certificação *Fair trade*, utilizando os conceitos do Desenvolvimento Sustentável e do *Fair trade* como lunetas para as análises. Assim, através de um estudo de caso único, da metodologia de análise de conteúdo e da triangulação dos dados buscamos responder à seguinte questão: em termo de Desenvolvimento Sustentável, como a certificação *Fair trade* impactou as cooperativas da Casa Apis? Durante as análises, verificamos que as dimensões social, econômica, cultural, ambiental e política do Desenvolvimento Sustentável foram aperfeiçoadas com a certificação *Fair Trade*, no entanto, essas modificações aparecem mais evidentes em algumas dimensões do que em outras. Portanto, concluímos que a certificação *Fair trade* impactou tais cooperativas ao modificar seus processos produtivos e administrativos, ao agregar valor à marca local introduzindo-a no mercado internacional e ao melhorar as condições econômicas e sociais dos apicultores que pertencem às cooperativas certificadas.

Palavras-chaves

Casa Apis
Cooperativas
Desenvolvimento sustentável
Fair trade
Mudanças

Abstract

Fair trade – a certification contributing with sustainable development: the case of the CASA APIS of Brazil. This study aims to understand the changes in the Beekeeping Cooperative Center cooperatives of the Brazilian Semi-Arid (CASA APIS) since Fair

Keywords

Casa APIS
Cooperatives
Fair trade
Sustainable development
Change

trade certification, using the concepts of sustainable development and of Fair trade as monocultures for analysis. Thus, through an unique case study, the content analysis methodology and triangulation of data seek to answer the following question: In terms of sustainable development, how does the fair trade certification impacted CASA APIS cooperatives? During the analysis we find that the social, economic, cultural, environmental and sustainable development policy have been improved with the certification Fair Trade, however, these changes appear more evident in some dimensions than in other. Therefore, we conclude that the certification Fair trade impact such cooperatives to modify their production and administrative processes to add value to local brand introduced to the international market and to improving economic and social conditions of beekeepers belonging to certified cooperatives.

Palabras clave

Casa APIS
Cooperativas
Desarrollo sustentable
Fair trade
Cambios

Introdução

Nos últimos anos, a exigência por qualidade nos produtos e a responsabilidade socioambiental das empresas vêm exigindo dos produtores e exportadores do agronegócio refaçam suas estratégias de mercado e se adaptem a tais exigências. Assim, um novo agente adentra a este cenário, como é o caso das certificações biológicas, socioambientais dentre outras. Elas têm ocupado um importante papel para a competitividade das cadeias produtivas dos produtos agropecuários, como o caso do mel.

Algumas dessas certificações são importantes não somente sob o ponto de vista mercadológico do produto, mas também para o desenvolvimento sustentável de suas cadeias, como por exemplo a certificação *Fair trade* (Comércio Justo, na tradução em Português). Segundo Maia et al. (2007) o *Fair trade* funciona como uma alternativa valiosa e viável de sustentabilidade e renda para muitas comunidades produtivas no mundo inteiro, gerando desenvolvimento ao valorizar, estimular e conduzir toda a cadeia produtiva para uma produção mais sustentável e socialmente responsável.

Para Sachs (2009) o desenvolvimento é um agente reparador das desigualdades e criador de mecanismo capaz de superar o abismo civilizatório das nações metropolitanas antigas e a periferia colonial. Assim, a civilização sustentável será alcançada a partir do momento em que a mesma for analisada e compreendida no todo, holisticamente, como um grande ecossistema, gerando um desenvolvimento que seja sustentável. Por sua vez, Maurer et al. (2010: 4) consideram o desenvolvimento sustentável como “a passagem de qualquer ideia de um novo negócio por meio de pelo menos três dimensões analíticas (econômica, social e ambiental, resultando no chamado *triple bottom line*)”, ou seja, as organizações precisam buscar o lucro e a sustentabilidade de forma que garantam um ganho semelhante e equitativo para toda cadeia produtiva (Bossle, 2011).

Nos últimos anos, alguns autores têm consagrado seus estudos a pesquisas que abordam o *Fair trade* e o Desenvolvimento Sustentável como temáticas centrais, e às vezes, a inter-relação entre eles. Com o intuito de contribuir com esses estudos, o presente trabalho tem o objetivo de estudar as cooperativas da Casa Apis que são certificadas com o selo *Fair trade* e compreender as mudanças nelas ocorridas após esta certificação. Para isto, utilizaremos os conceitos do Desenvolvimento Sustentável e do *Fair trade* como prisma das análises. Assim, através de um estudo de caso único (Yin, 2010), da metodologia de análise de conteúdo e triangulação dos dados (Yin, 2010; Bardin, 2011) buscamos responder à seguinte questão: em termo de Desenvolvimento Sustentável, como o *Fair trade* impactou as cooperativas da Casa Apis certificadas?

Fair trade: contexto e conceitos

O processo de globalização ocorrido na segunda metade do século XX foi caracterizado por uma crescente exploração dos pequenos proprietários e suas famílias na Ásia, África e América Latina. A competição por commodities agrícolas, o principal mercado de exportação para muitos países em desenvolvimento no mercado global, levou a crescente pressão dos preços para os produtores. A resultante queda dos preços dos produtos agrícolas agravou tanto a situação da renda quanto as condições sociais dos trabalhadores do setor agrícola (Fair Trade Labelling Organizations Internacional – FLO, 2006). Com esta situação, várias iniciativas se desenvolveram gradativamente na sociedade civil, (como ONGs, agências de cooperação, instituições filantrópicas e grupos de consumidores) entre o final dos anos 1940 nos EUA e na Europa, com o objetivo de criar termos de negócios diferentes e mais justos entre consumidores dos países industrializados e produtores do Hemisfério Sul ou dos chamados países em desenvolvimento.

Desta forma, surgiu o movimento internacional *Fair trade* criticando as relações de produção, comércio e consumo e buscando criar relações mais igualitárias para engajar os consumidores dos países do Norte com os produtores marginalizados do Sul (Renard, 2003; Raynolds, 2002). Esse tipo de comércio opera sob um conjunto de valores e objetivos diferentes do comércio tradicional, colocando as pessoas, seu bem-estar e a preservação do meio ambiente antes da realização do lucro (Raynolds, 2002).

Segundo a *World Fair Trade Organization* (WFTO, 2016) o conceito mais usado e completo sobre *Fair Trade* foi apresentado pela *International Federation for Alternative Trade* – IFAT que o define como:

uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável através de melhores condições de troca e garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados – principalmente no hemisfério sul.

De tal modo, ele pode ser entendido como uma rede na qual se incentiva a integração entre produtores, na maioria agroecológicos, e consumidores conscientes e responsáveis, cuja a relação é orientada para o desenvolvimento solidário e sustentável, beneficiando principalmente os produtores excluídos ou em situação de desvantagens não somente no aspecto econômico, mas também culturais, ambientais, sociais e políticos (Alves, 2008).

É relevante destacar que o diálogo, a transparência e o respeito são fatores extremos na condução dos negócios das organizações certificadas com o selo *Fair trade*, bem como a melhoria das condições comerciais e garantia dos direitos dos produtores e trabalhadores, onde esses, através de cursos de formação e orientação para produção sustentável produzem priorizando os valores do desenvolvimento sustentável, sem perder o foco de seus negócios.

Segundo a Fair Trade Labelling Organizations Internacional – FLO (2016) esse novo modelo de comércio se apresenta como

uma alternativa ao comércio tradicional, baseado na parceria entre produtores e consumidores. Ele oferece aos produtores um acordo justo e condições comerciais mais rentáveis, permitindo-lhes melhores condições de vida e projetar um futuro com mais qualidade. E quanto ao consumidor, oferece uma forma eficaz para reduzir a pobreza através de suas compras.

Nesta visão, ele vai além da criação de critérios para comercialização justa, mas propõe um processo de troca, com satisfação do cliente capaz de favorecer melhores condições de vida para os produtores e oportunizar aos consumidores a possibilidade de colaborar com a redução das injustiças comerciais apresentadas pelo comércio tradicional.

A necessidade de ganhar a credibilidade do consumidor e adentrar em outros mercados impulsionou a criação de um selo que identificasse os produtos *Fair trade* no mundo inteiro, “tornando o negócio mais viável para o lançamento de novos produtos” (Schneider, 2012:91). Ele funciona como “uma plataforma legalmente segura para que a política e as administrações pudessem apoiar de forma decida o movimento, [...] analisando propostas mais amplas de benefícios no acesso aos mercados e no pagamento de impostos” (Schneider, 2012:92).

O processo de certificação permite que a *Fair Trade Labelling Organizations International* (FLO) avalie o cumprimento dos princípios *Fair trade* (Quadro 1) pelos produtores e comerciantes outrora atestados com o selo. Para isto, os auditores da FLO visitam periodicamente tais organizações para analisar se os processos de produção estão em conformidades com estes princípios.

Quadro 1. Princípios Fair Trade. Fonte: Elaborado pelos próprios autores, adaptado de (WFTO; FLO).

.*Criar oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos* – objetivo essencial da organização. Esta deve apoiar os pequenos produtores marginalizados, promovendo-os da pobreza para a autossuficiência econômica, gerando desenvolvimento para a comunidade;

.*Transparência e Prestação de Contas* – a organização é responsável pela confidencialidade das informações comerciais fornecidas. A comunicação deve ser eficiente em toda a cadeia de suprimento;

.*Práticas de Negociação* – os negócios da organização devem se preocupar com o bem-estar dos pequenos produtores em âmbito social, econômico e ambiental e não maximizar o lucro à suas custas. Os compradores devem reconhecer as dificuldades de financiamento das comunidades produtoras e pagarem no ato do recebimento ou antecipado em pelo menos 50% se forem solicitados, sem juros. Se os compradores desejarem cancelar a comprar e se a causa do cancelamento não for responsabilidade dos produtores, os compradores deverão pagar a remuneração adequada para garantir o trabalho realizado;

.*O pagamento de um preço justo* – é aquele mutuamente acordado por todos através do diálogo e da participação, que proporcione um valor justo aos produtores e também possa ser sustentado pelo mercado;

.*Proibição de Trabalho Infantil e Trabalho Forçado* – as organizações devem aderir à Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, e a legislação Nacional/Local sobre o emprego de crianças;

.*Indiscriminação, Igualdade de gêneros e Liberdade de Associação* – as organizações não podem discriminar seus funcionários com base em raça, classe social, nacionalidade, religião, deficiência, sexo, orientação sexual, ou qualquer outro tipo de discriminação. Deve promover a igualdade de gêneros e a liberdade de Associação;

.*Garantir boas condições de trabalho* – as organizações devem oferecer um ambiente de trabalho seguro e saudável para todos, cumprindo com as leis nacionais e locais do trabalho, de segurança e saúde;

.*Promover Capacitação* – as organizações desenvolverão as habilidades e capacidades necessárias para seus funcionários. As que trabalham com pequenos produtores desenvolverão atividades específicas para ajuda-los na gestão, produção e acesso ao comércio Internacional, local e tradicional;

.*Promoção do Comércio Justo* – as organizações devem promover a conscientização do objetivo do comércio justo e da necessidade de mais justiça no comércio mundial. Deve ter um marketing eficiente, com ética na publicidade de suas informações;

.*Respeito ao Meio Ambiente* – organizações que produzem produtos de Comércio Justo devem maximizar o uso de matérias-primas provenientes de fontes geradas de forma sustentável, comprando quando possível localmente. Elas devem minimizar o impacto de resíduos no meio ambiente utilizando reciclados.

Ao analisarmos esses princípios, identificamos uma forte correlação com a conceptualização do desenvolvimento sustentável. Sendo desta forma, um modelo de comércio que vai além do simples processo de troca com a finalidade de lucro, mas “uma alternativa valiosa como estratégia de acesso a mercado; e hoje se apresenta como uma alternativa viável de sustentabilidade e renda para muitas comunidades produtivas ao redor do mundo”. (Maia et al., 2007). Ele ancora seus valores e ações no Desenvolvimento Sustentável.

As dimensões necessárias para a sustentabilidade do desenvolvimento

O impacto provocado pelo homem na natureza, em nome das revoluções tecnológicas ocorridas principalmente no período pós-guerra, ocasionou graves desgastes ao meio ambiente e à sociedade. A exaustão dos recursos naturais dos países mais pobres, o desenvolvimento tecnológico e outros fatores desta ordem deixaram os países ricos mais ricos e, conseqüentemente, os pobres ficaram mais pobres de suas riquezas naturais, gerando uma enorme desigualdade social em nome de um desenvolvimento excludente.

Sachs (2009) nos alertar dos riscos ao considerarmos o crescimento econômico como modelo ideal de desenvolvimento para a sociedade. Para este autor, é inegável a importância do viés econômico, mas ele é apenas uma condição para o desenvolvimento, um dos meios para caminhar rumo ao desenvolvimento incluyente e sustentável. Assim, se considerarmos o crescimento econômico como autossuficiente para gerar desenvolvimento e ignorarmos as esferas sociais e ambientais, teremos um modelo de crescimento perverso e excludente.

Repensar o desenvolvimento na perspectiva da sustentabilidade é de fato caminhar para uma proposta equitativa e justa de desenvolvimento incluyente. No entanto, esta proposta é sem dúvida desafiadora, devendo ser pensada de forma prudente pois a tendência da produção e do crescimento é de prejudicar o desenvolvimento, quando estes não levam em consideração as questões sociais e ambientais (Becker, 2007).

Nesta linha, Nascimento e Viana (2007) acrescentam que a natureza do mercado é iníqua, uma vez que na sociedade moderna para haver mercado é preciso inovação, e para haver inovação é necessária a desigualdade. Ou seja, a lógica tirana do mercado tanto é necessária, como legítima.

Dentro deste contexto, as discussões se prospectam em torno da necessidade de se criar um modelo de desenvolvimento capaz de atender a ótica do mercado e do desenvolvimento sustentável. Para Mello (2007) uma das alternativas para o desenvolvimento harmônico entre economia e inclusão social é a valorização das potencialidades locais, trabalhando com o mercado interno através da agricultura familiar, porque ao valorizar as riquezas internas, as riquezas da população e seus diversos ecossistemas gera-se desenvolvimento sustentável. Corroborando com Mello, para Sachs (2009) o modelo ideal de crescimento deve ampliar o emprego, reduzir a pobreza e atenuar as desigualdades. O crescimento que não gera tudo isto não pode ser considerado desenvolvimento, pois a lógica do crescimento econômico é insuficiente para atender a demanda do desenvolvimento.

A necessidade de reforma no modelo vigente de desenvolvimento é uma verdade absoluta, contudo, é imperativo preocupar-se sobre em quais condições esse novo modelo será criado. A solução não está somente em criar um modelo de desenvolvimento harmônico, mas no processo de sua construção, nas âncoras que o torne verdadeiramente sustentável, evitando desta maneira que os erros passados não sejam cometidos novamente. Pois, “cogitar sobre modelos de trajetórias necessárias ou imperativamente únicas, certamente vai nos levar a desajustes, a vícios de implementação” (Bursztyn e Bursztyn, 2006:89). Complementando essa discussão, para Camargo (2012), caminhar

rumo ao desenvolvimento que agregue tanto os interesses da sociedade, quantos aos econômicos, respeitando os limites da natureza não só é possível, como imprescindível.

As discussões sobre o modelo ideal de desenvolvimento têm sido acaloradas nos últimos anos. Diversos pontos de vista e concepções foram colocados, mas nenhum foram suficientes para compreender a complexa concepção e definir um conceito capaz de fazer *jus* à grandeza da proposta. Contudo, em nosso trabalho, usaremos o conceito de Desenvolvimento Sustentável definido pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) no *Relatório Nosso Futuro Comum*, que o entende como sendo “*aquela que atende as necessidades do presente sem comprometer as gerações futuras a atenderem suas próprias necessidades*” (CMMAD, 1991:46, grifo nosso).

A priori, entendia-se essas necessidades sob a ótica do *triple bottom line*: dimensão econômico, social e ambiental (Maurer et al., 2010), contudo com o passar do tempo, a lente de análise ampliou e percebeu-se que o desenvolvimento não poderia ser analisado somente sobre a óticas dessas três dimensões, mas também sob a perspectiva da dimensão cultural, territorial, ecológica e política (nacional/internacional). Segundo Sachs (2009) para se alcançar um nível mínimo de desenvolvimento incluyente é preciso uma sintonia entre os cinco pilares do desenvolvimento sustentável: social, econômico, ambiental, cultural e político.

Em nossa pesquisa consideraremos a definição dessas cinco dimensões para analisar o *Fair trade* nas cooperativas da Casa Apis que aderiram à certificação.

Dimensão social

A dimensão social está ligada diretamente às questões que envolvem as pessoas e as condições sob as quais elas estão submetidas, bem como as estratégias necessárias para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, através da equidade na atribuição da renda e acesso aos recursos e serviços sociais (Sachs, 2009). Ou seja, a ênfase é dada ao ser humano, o foco está na condição necessária para a melhoria da qualidade de vida das pessoas (Bellen, 2010).

De acordo com Nogueira e Schmukler (2010) a dimensão social tem a capacidade de promover as condições de vida da população urbana e rural de baixa renda, através da geração de empregos e condições de trabalho, educação e capacitação profissional, acesso a serviços de saúde e condições de habitação e saneamento básico. Logo, esta “corresponde, especialmente, aos objetivos ligados à satisfação das necessidades humanas, melhoria da qualidade de vida e justiça” (IBGE, 2012).

Dimensão cultural

Muitas vezes, o crescimento econômico de uma região traz grandes prejuízos à cultura de um povo, portanto, esta dimensão está relacionada à preocupação com a preservação da identidade cultural de um povo, com sua cultura endógena e com o equilíbrio entre a tradição e a inovação (Sachs, 2009). Sob a ótica desta dimensão, não é possível considerar como sustentavelmente desenvolvida uma comunidade que não prioriza por sua cultura, seus valores e suas raízes.

Segundo Sachs (1993:27) a dimensão cultural diz respeito a:

preservar as raízes endógenas dos modelos de modernização e dos sistemas rurais integrados de produção, privilegiando processos de mudança no seio da continuidade cultural e traduzindo o conceito normativo do ecodesenvolvimento em uma pluralidade de soluções particulares de cada ecossistema, de cada cultura e de cada local.

Logo, o desenvolvimento sustentável na perspectiva da dimensão cultural prioriza as potencialidades locais, os arranjos e suas particularidades.

Dimensão ambiental

Rutherford (1997) concluiu que a preocupação mais relevante para o indicador de sustentabilidade na dimensão ambiental está relacionada com os impactos das atividades do homem sobre a natureza. Sachs (2009) se refere à dimensão ambiental tratando-a como a capacidade de sustentação dos ecossistemas, de absorver e recompor esses ecossistemas diante das interferências antrópicas, respeitando e valorizando a capacidade de autodepuração dos ecossistemas ambientais.

Para Souza et al. (2008:13) esta dimensão está relacionada “ao uso dos recursos naturais e à degradação do ambiente, assim como aos objetivos de preservação e conservação do meio ambiente, considerados fundamentais ao benefício das gerações futuras”. Essa dimensão está mais ligada às atividades do homem com a natureza.

Dimensão econômica

Durante muito tempo, o aspecto econômico foi considerado como condição *sine qua non* para o desenvolvimento acontecer. Contudo, as discussões sobre a relação entre homem e meio ambiente, foram importantes para entender que o viés econômico não era suficiente para gerar desenvolvimento, e que era necessário acrescentar a ela outros aspectos também tão importantes quanto este.

O IBGE (2012: 14) define a dimensão econômica como aquela que

trata de questões relacionadas ao uso e esgotamento dos recursos naturais, bem como à produção e gerenciamento de resíduos, uso de energia, e sua ligação com o desempenho macroeconômico e financeiro do País. É a dimensão que se ocupa da eficiência dos processos produtivos e das alterações nas estruturas de consumo orientadas a uma reprodução econômica sustentável de longo prazo.

Corroborando, Souza et al. (2008: 15) afirmam que esta dimensão “trata do desempenho macroeconômico e financeiro, e dos impactos no consumo de recursos materiais e uso de energia primária. Está relacionada com os objetivos de eficiência dos processos produtivos e com as alterações nas estruturas de consumo, orientado a uma reprodução econômica sustentável em longo prazo”. Ou seja, preocupa-se com o ecossistema econômico de uma sociedade, em como utilizá-lo sem impactar negativamente os recursos naturais.

Dimensão política

Ao propor a dimensão política do Desenvolvimento Sustentável, Sachs (2009) a decompôs em Política Nacional e Política Internacional. Contudo, neste trabalho, esta dimensão será considerada como uma única dimensão incluindo os aspectos conceituais tanto da vertente nacional como da vertente internacional

Para Camargo (2012: 85) “a superação dos problemas ambientais globais e busca do desenvolvimento sustentável requerem um novo rumo para as relações internacionais”, ou seja, torna-se relevante os aspectos relacionados à dimensão política para implantação de um novo modelo de desenvolvimento, pois assume a responsabilidade de elaborar as estratégias em nível de políticas públicas capaz de propor êxito às demais dimensões de desenvolvimento.

No quadro 2, a definição e diferenciação entre política nacional e internacional, considerada por Sachs (2009: 87-88).

Quadro 2. Definição da dimensão política nacional e internacional. Fonte: elaborado pelos próprios autores (2016)

<p><i>Política Nacional</i> – Democracia definida em termos de apropriação universal dos direitos humanos; Desenvolvimento da capacidade do Estado para implementar o projeto nacional, em parceria com todos os empreendedores; um nível razoável de coesão social;</p>
<p><i>Política Internacional</i> – Eficácia do sistema de prevenção de guerras da ONU, na garantia da paz e na promoção da cooperação internacional; Um pacote Norte-Sul de co-desenvolvimento, baseado no princípio de igualdade (regras do jogo e compartilhamento da responsabilidade de favorecimento do parceiro mais fraco); Controle institucional efetivo do sistema internacional financeiro e de negócios; Controle institucional efetivo da aplicação do Princípio da Preocupação na gestão do meio ambiente e dos recursos naturais; Prevenção das mudanças globais negativas; Proteção da diversidade biológica (e cultural); e gestão do patrimônio global, como herança comum da humanidade, e sistema efetivo de cooperação científica e tecnológica internacional; e eliminação parcial do caráter de commodity da ciência e tecnologia, também como propriedade da herança comum da humanidade.</p>

Não obstante, pode-se afirmar que esta dimensão “diz respeito à orientação política e a capacidade e esforço despendido às mudanças requeridas para uma efetiva implementação do desenvolvimento sustentável” (Souza et al., 2008: 15).

Fair trade e o Desenvolvimento Sustentável

A filosofia do conceito de *Fair trade* e do Desenvolvimento Sustentável nos remete a um modelo de desenvolvimento pautado na ética nos negócios, justiça nas relações comerciais e na sustentabilidade dos diversos ecossistemas que compreendem tais negócios e suas práticas. A proposta do *Fair trade* enquanto comércio que valoriza a autonomia dos países pobres do Sul ao dar condições igualitárias de competição no mercado interno e externo, é considerado como um modelo de comércio que gera desenvolvimento sustentável.

Desta forma, entendemos que as propostas do *Fair trade* estão inclusas na proposta do Desenvolvimento Sustentável, ou seja, é impossível praticar o *Fair trade* sem contemplar o Desenvolvimento Sustentável. Ele vem exatamente como uma alternativa ao comércio tradicional, para criar oportunidade de negócios com práticas sustentáveis entre os produtores menos favorecidos dos países em desenvolvimento e os países desenvolvidos, portanto, para quebrar os paradigmas econômicos, sociais e ambientais existentes entre Norte/Sul.

Maurer et al. (2010: 4) também corroboram com a premissa do *Fair trade* como mecanismo para o Desenvolvimento Sustentável ao considerarem que:

a passagem de qualquer ideia de um novo negócio por meio de pelo menos três dimensões analíticas (econômica, social e ambiental, resultando no chamado *tripple bottom line*) traria maiores benefícios à sociedade do que empreendimentos focados exclusivamente em questões econômicas.

O *Fair trade* tem alicerce nas dimensões sociais, econômicas, ambientais, culturais e políticas do Desenvolvimento Sustentável, com diretrizes orientadas para práticas de negócios que geram lucros, sem comprometer o futuro, quer das pessoas envolvidas na cadeia, quer do ambiente onde esta cadeia está inserida.



CASA APIS do Brasil

Figura 1. Localização das cooperativas da Casa Apis.
Fonte: CASA APIS (2016).

A Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro (CASA APIS) foi fundada em 2 de julho de 2005 na cidade de Picos no estado do Piauí – Brasil, como modelo de empreendimento econômico para ser a maior indústria processadora de mel da América Latina. Ela funciona como uma central e atua diretamente no processo agroindustrial, beneficiando, envasando e comercializando o mel, agregando valor ao produto direto na origem, diminuindo assim a ação dos atravessadores e aumentando a renda dos produtores, principalmente da agricultura familiar. O empreendimento atende diretamente cerca de 800 apicultores em 52 comunidades e 40 municípios do Piauí (Casa Apis, 2016).

Esta central é formada por uma rede de cinco (5) cooperativas singulares, situadas em diferentes territórios geográficos do estado como mostra a Figura 1.

Desta forma, para gerir toda esta cadeia produtiva, a Casa Apis tem a missão de

possibilitar aos apicultores, com base nos princípios da cooperação, solidariedade, autogestão e distribuição de renda, atuar em toda a cadeia produtiva – produção, beneficiamento e comercialização, agregando valor de qualidade ao mel e demais produtos apícolas, dentro dos padrões dos mercados interno e externo, proporcionando a reversão justa dos lucros para a base produtiva. (CASA APIS, 2016)

Objetivando, desta maneira

organizar os pequenos produtores numa Central de cooperativas – visando a viabilização conjunta da produção e comercialização dos produtos apícolas do Semiárido Brasileiro. Com isso, objetiva fortalecer a capacidade desses pequenos produtores quanto à apropriação do valor agregado da matéria-prima, até então nas mãos dos atravessadores e das grandes empresas, ampliando significativamente as oportunidades de geração de trabalho e renda. (CASA APIS, 2016)

Para alcançar esse objetivo, as certificações desempenham um papel importante, possibilitando o mel do semiárido adentrar no mercado internacional. Atualmente ela é certificada com a Certificação do Serviço de Inspeção Federal (SIF) para exportação, Programa Alimento Seguro (PAS/MEL) (BPF – APPCC) com entreposto e 36 casas de mel, a certificação Orgânica da Associação de Certificação Instituto Biodinâmico (IBD) com 600 apicultores e a certificação *Fair trade* (FLO) com 04 Cooperativas (CASA APIS, 2016).

A Casa Apis visa ser a maior empresa transformadora de mel da América Latina e para isto, ela tem trabalhado muito para melhorar a qualidade de seus produtos e serviços. No entanto, apesar de todos esses esforços, ela ainda tem grandes desafios a superar como por exemplo as dificuldades para aumentar a produção nos apiários em virtude das secas e otimizar os custos de transportes para a distribuição em seus canais.

O Brasil é o 5º país do mundo em extensão com 8.514.205 km². Embora o país tenha toda essa extensão, seu principal modo de distribuição de mercadorias é o transporte rodoviário. De acordo com o boletim estatístico da Confederação Nacional de Transporte – CNT (2016) a malha rodoviária do Brasil corresponde à 1.563.446 km, no entanto somente 211.468,3 desta malha é pavimentada, e 61% das cargas são transportadas por transportes rodoviários. Assim, as longas distâncias e as más condições das rodovias brasileiras são verdadeiramente um problema e um custo para a distribuição, principalmente dos produtos agrícolas do Nordeste que vêm das zonas rurais sem muita infraestrutura em suas rodovias, como é o caso do mel da Casa Apis. O custo de transporte é um desafio para a competitividade das empresas brasileiras, pois se torna alto no cálculo total do custo do produto. O custo logístico do Brasil representa 11,7% do PIB nacional, segundo relato do INSTITUTO DE LOGÍSTICA E SUPPLY CHAIN (ILOS, 2016).

O alto custo da logística da Casa Apis não é diferente da realidade das outras empresas brasileiras, em virtude de sua localização geográfica para exportar seus produtos ela utiliza três meios de transportes: rodoviário, marítimo e aéreo, conforme Figura 2.



Para transportar o mel *in natura* das cooperativas até a Central, algumas cooperativas utilizam caminhão próprio, e outras utilizam o caminhão da Casa Apis, conforme Quadro 3.

Figura 2. Meio de transportes utilizados pela Casa Apis para exportar o mel. Fonte: Elaborado pelos próprios autores (2016).

Quadro 3. Cooperativas / distância / transporte. Fonte: Elaborada pelos próprios autores

Cooperativas	Transporte próprio / Casa Apis	Distancia (KM) – PICOS
CODERVAP COOPASC	Transporte próprio	486 KM 352 KM
MELCOOP COMPAI COOMIBA	Transporte Casa Apis	10 KM 47 KM 40 KM

Metodologia

Nossa pesquisa é de natureza qualitativa (Chizzotti, 2006), e de caráter exploratório-descritivo (Collis, 2005). Como estratégia de pesquisa, optou-se pelo estudo de caso (Yin, 2010), com análise de conteúdo e triangulação dos dados (Yin, 2010; Bardin, 2011) como método para o tratamento dos dados. As análises dos dados foram guiadas com base nos critérios de conformidade necessários para a certificação *Fair trade*, com enfoque nas dimensões do Desenvolvimento Sustentável: dimensão social, cultural, ambiental, econômica e políticas, evidenciados no objetivo específico deste trabalho e referenciados na literatura adotada.

Segundo Bardin (2011:48) análise de conteúdo é

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a interferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) das mensagens.

Para nosso caso, a análise de conteúdo foi realizada nas entrevistas transcritas e codificadas em unidades de análise; depois confrontados com a literatura adotada como referencial do nosso estudo. A triangulação foi feita mediante os dados primários e secundários coletados pelas diversas fontes de evidências que visaram corroborar com o mesmo fenômeno (Yin, 2010).

Utilizamos a documentação e entrevista como fonte de dados. Analisamos os relatórios das reuniões sobre *Fair trade*, os recortes de jornais e artigos informativos a respeito da Casa Apis e a certificação. De outro lado, as entrevistas foram feitas a partir de três tipos de roteiros, que foram aplicados de acordo com a função do entrevistado da cadeia produtiva (apicultor, presidente das cooperativas, agrônomo responsável pela certificação e agente comercial nos Estados Unidos da América).

A coleta dos dados aconteceu no período entre novembro/2013 e fevereiro/2014. Onde foram realizadas 26 entrevistas nas cidades de Piracuruca/PI, Anísio de Abreu/PI e Picos/PI sucessivamente. As entrevistas tiveram duração em média de 10 a 15 minutos com os apicultores; de 30 a 60 minutos com os presidentes das cooperativas, 15 minutos com a agente de exportação da Casa Apis nos Estados Unidos, e por sua vez, 4 horas de entrevista com o responsável pelas certificações.

Para evitar a invalidade do constructo e dar confiabilidade aos dados e ao modelo proposto para a coleta dos dados, as entrevistas foram elaboradas a partir dos princípios *Fair trade* sob a ótica do Desenvolvimento Sustentável e suas possíveis percepções para as análises (Yin, 2010).

Como variáveis para as análises utilizamos os princípios *Fair trade*, que foram correlacionados às dimensões do desenvolvimento sustentável, e anexado às possíveis percepções (proposições a serem testadas). Ou seja, com o teste das proposições sugeridas, a partir da percepção da execução do princípio *Fair trade*, identificamos a dimensão analisada (Figura 3).

Resultado das análises

Na entrevista com os apicultores e presidentes das cooperativas, analisou-se a percepção dos mesmos em relação às mudanças econômicas, sociais, ambientais, culturais e políticas ocorridas em suas comunidades após a certificação *Fair trade* de suas cooperativas.

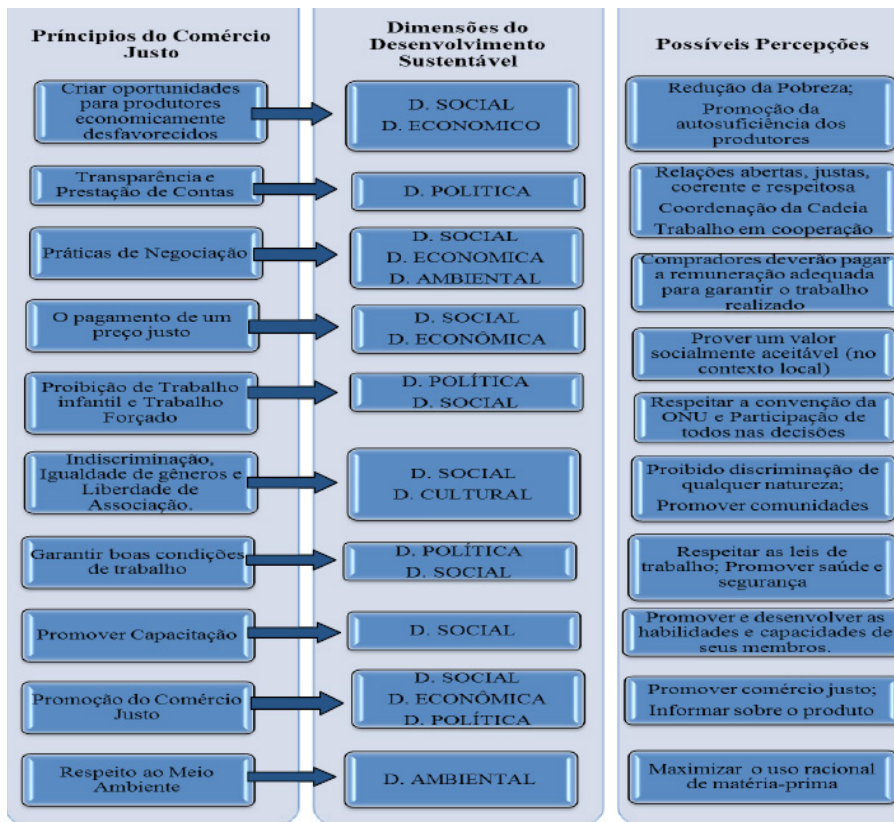


Figura 3. Princípios do comércio justo sob a ótica do desenvolvimento sustentável.
Fonte: Elaborado pelos próprios autores, adaptado de Sachs (2009); FLO (2016) e WFTO (2016).

Enquanto a análise da fala do agrônomo da CASA APIS (Sr. Francisco das Chagas) e da agente comercial (Sra. Claudia Chaves) buscou compreender o processo de certificação, bem como a comercialização e políticas de exportações do mel. Os resultados serão apresentados de acordo com a análise individual feita para cada dimensão do desenvolvimento sustentável estudada.

Análises da dimensão social

A Casa Apis é um empreendimento social que tem contribuído para melhoria da qualidade de vida das famílias dos apicultores que vivem da renda do mel no semiárido brasileiro. Durante muitos anos a apicultura foi cultivo de subsistências dessas famílias, mas somente a partir da década de 1975 esse cenário mudou (Vilela y Alcoforado Filho, 2000).

No Quadro 4, apresentamos os princípios *Fair Trade* que correspondem à dimensão social para os fins desta pesquisa. Isto é, esses princípios são as variáveis que utilizamos para compreender como a certificação *Fair trade* modificou a dimensão social do desenvolvimento sustentável na cadeia produtiva do mel.

Quadro 4. Princípios *Fair trade* correspondentes à dimensão social. Fonte: elaborado pelos próprios autores (2016)

- a) Criar oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos;
- b) Práticas de negociação;
- c) Pagamento de um preço justo;
- d) Proibição de trabalho infantil e trabalho forçado;
- e) Indiscriminação, igualdade de gênero e liberdade de associação;
- f) Garantir boas condições de trabalho;
- g) Promover capacitação;
- h) Promoção do Comércio Justo.

Antes da análise do resultado de campo sobre a dimensão social, os gráficos abaixo apresentam o perfil dos apicultores entrevistados quanto ao grau de instrução e data de associação na cooperativa.

A Figura 4 apresenta o grau de instrução dos apicultores entrevistados, onde 34% entre eles têm o Ensino Médio, 25% são alfabetizados (leem e escrevem), 25% tem ensino fundamental, 12% tem o ensino superior e 4% não são alfabetizados (não leem, nem escrevem).

Esses dados nos permitem inferir que o baixo nível de escolaridade dos apicultores dificulta suas atuações no mercado do mel, impedindo-os, às vezes, a obterem melhores resultados em seus negócios. Por esta razão, a criação e profissionalização de uma central de cooperativas foi importante para o empoderamento social e desenvolvimento econômico dos apicultores.

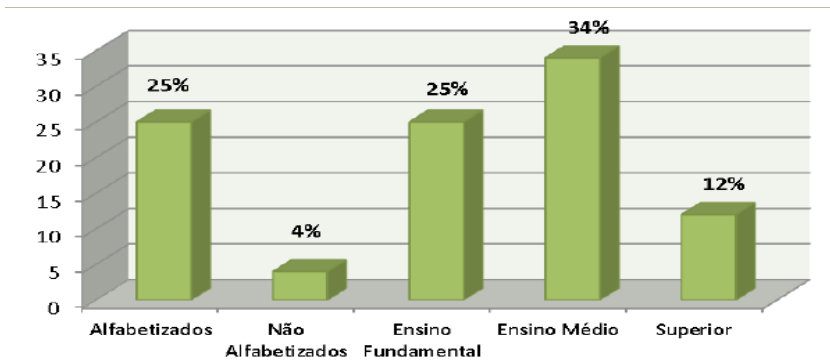


Figura 4. Grau de instrução dos cooperados. Fonte: Elaborado pelos próprios autores (2016).

A Figura 5 destaca a década em que os apicultores se associaram nas cooperativas. Onde a década de 2000 houve o maior número de associados nas cooperativas. Esse fato se dá, segundo relatos dos mesmos, aos incentivos do governo para fomentar as cooperativas e o setor apícola brasileiro, igualmente ao sucesso das vendas do mel a partir da associação dessas cooperativas na Casa Apis e adesão às certificações. Com o passar dos anos, os resultados positivos apareceram e junto com eles vieram a confiança de outros apicultores e o interesse em fazer parte deste empreendimento social.

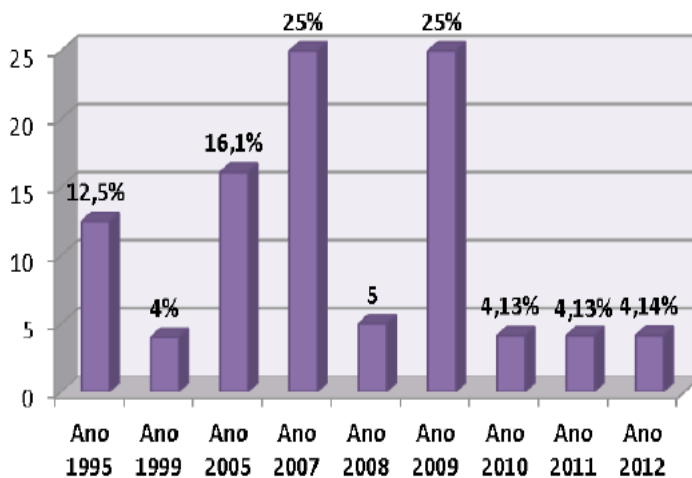


Figura 5. Década de associação na cooperativa. Fonte: Elaborado pelos próprios autores (2016).

Análise das entrevistas

Ao analisar a fala do apicultor 6 da COOPASC, presidente da CODERVAP, presidente da MELCOOP e do apicultor 5 – CODERVAP, encontramos os princípios *“oportunidades para pequenos produtores desfavorecidos, práticas de negociação, pagamento justo, garantir boas condições de trabalho, promover capacitação, proibição de trabalho infantil e trabalho forçado, Indiscriminação, igualdade de gênero e liberdade de associação e promoção do comércio justo”*. Percebe-se que a certificação trouxe melhorias locais e pessoais, aumentando a expectativa dos apicultores quanto à ao futuro da apicultura:

Bom, o Comércio Justo ele hoje tá, *pra gente tá bom*, porque até hoje a gente já até conseguiu *já muitas coisa aí através do Comércio Justo, que vem um prêmio*, que nem, se o mel tem um valor vem um prêmio em cima daquele valor e, e hoje né, não é pra distribuí na mão do apicultor, é pra *sê comprado coisa*. A gente decide aqui em reuniões o que é que vai ser comprado pra *melhorá na comunidade*, na casa de mel [...] que precisa e *pra gente é importante*”. (APICULTOR 6 – COOPASC, grifo nosso).

Bom, o Comércio Justo *pra nós foi uma, uma coisa que veio pra melhorar muito a vida de todos nós, os cooperados né*. Até porque *hoje a gente já tem vários equipamentos*. Tanto no prédio, na Central, como na sede foi um investimento. É... para o mercado produtor rural *90% dos recursos tá vindo oriundo do Comércio Justo*. Foi uma coisa que *melhorou e muito*. (PRESIDENTE DA CODERVAP, grifo nosso)

A minha ideia e dos diretores da Cooperativa, *tem trabalhado pra eliminar o atravessador do produto, e a gente tirando o atravessador nosso produto tem mais valor e vai gerar renda*. (PRESIDENTE DA CODERVAP, grifo nosso).

Melhorou. *Melhorou porque o dinheiro é certo né?* E a gente pode produzir o tanto que a gente quiser e, *o dinheiro é certo né?* Como o outro comércio, hoje tem e paga bem, mais amanhã pode num ter e *ficar entocado o mel, sem negócio o produto da gente*, que a gente tem. *Contribuiu né, porque se você vender a produção, se você vende a produção, você tem melhoria pra sua família*, se você tá com a produção vendida, vendendo, tendo pra quem vender, *melhora, melhorou*. Tá entendendo? (APICULTOR 5 – CODERVAP, grifo nosso).

Então, pra nós é *uma satisfação ter esse projeto* e a gente trabalha pra ele continuar e a gente espera que ele continue. *Que o objetivo do projeto é que as pessoas se impoderem do, do empreendimento. Faça parte das decisões e conheça o negócio igual.....* vocês têm que *se interessar por esse negócio de Fair Trade*, tem que conversar, falar igual as mulher entende de novela e os homem de futebol”. (PRESIDENTE DA MELCOOP, grifo nosso).

Eles não aceita pessoas de menor trabalhar, porque não é justo, *sobre pagamento*, se você paga alguém pra trabalha, se a pessoa paga alguém pra trabalha, *paga justo ou escraviza né*, também é uma das normas. (PRESIDENTE DA COOPASC, grifo nosso).

Enfatizamos aqui dois eventos na fala do apicultor 6 – COOPASC. Primeiro, o reconhecimento da importância do *“prêmio justo”* que é um valor recebido e distribuído equitativamente entre todos os membros, favorecendo a todos os cooperados com os benefícios adquiridos. E segundo, a importância de os apicultores participarem do processo de decisão em relação ao uso do valor do prêmio, favorecendo a igualdade no acesso aos recursos (Sachs, 2009).

Ao consumir toda a produção dos apicultores, o *Fair trade* elimina os altos níveis de estoque, que outrora fora um grande problema sofrido por eles e os atravessadores. Aqui, estoque zero significa dinheiro circulando nas comunidades, proporcionando

melhorias e bem-estar para suas famílias. Ter comprador certo é uma grande vantagem para os apicultores, pois quanto mais mel produzirem, mais mel eles venderão (APICULTOR 5 – CODERVAP).

Presidente da MELCOOP demonstra, mais uma vez, a preocupação com as pessoas, com a valorização do ser humano, a igualdade, a busca pela homogeneidade social, evidenciando desta forma a existência da dimensão social (Sachs, 2009) nas cooperativas certificadas com o selo *Fair trade*.

Análises da dimensão cultural

Para fins das análises da dimensão cultural do desenvolvimento sustentável, consideramos os seguintes princípios (FLO, 2016; WFTO, 2016) (Quadro 5).

Quadro 5. Princípios Fair trade correspondentes à dimensão cultural. Fonte: elaborado pelos próprios autores (2016)

- | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Indiscriminação, igualdade de gênero e liberdade de associação; 2. Respeito ao meio ambiente |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Ao analisarmos as falas do presidente da MELCOOP e do apicultor 6 da COOPASC, nós identificamos a conformidade dos princípios “indiscriminação, igualdade de gênero e liberdade de associação; e respeito ao meio ambiente”:

Não foi detectada essa não conformidade né, de criança trabalhando, até porque a gente trabalha muito em cima disso aí. Não tem discriminação racial, discriminação religiosa, é... num... num tem trabalho infantil. A gente procura fazer o melhor possível (PRESIDENTE DA MELCOOP, grifo nosso).

Até as queimada as gente não faz mais né. Faz até evita. Eu, eu inclusive já plantei semente de pau aí no mei da caatinga pra vê se nasce onde tem aqueles lugar mais desmatado e naquele tempo o pessoal mais velho desmatava muito, meu avô, meu pai, eu já procuro já não vou usando mais onde já é dermatado né pra planta. (APICULTOR 6 DA COOPASC, grifo nosso).

O *Fair trade* preza pela preservação da cultura das raças e das religiões, bem como, as culturas locais e particularidades de cada ecossistema. As falas acima, nos indicam que as cooperativas são conscientes a respeito dessa premissa e procuram não privilegiar ninguém, e não fazem escolhas e acepções de pessoas por raças ou religiões (Sachs, 2009).

Quanto ao princípio do respeito ao meio ambiente nota-se que os apicultores preservam algumas culturas de cultivo, eliminando apenas aquelas que degradam a natureza como é o caso das queimadas e uso do agrotóxico. Essa premissa é visualizada na fala do apicultor 6 da COOPASC ao dizer que hoje não fazem mais queimadas, mas que as evitam. Desta forma, os princípios acima se mostram em acordo com a prática da dimensão cultural do Desenvolvimento Sustentável.

Análises da dimensão ambiental

A atividade apícola pelo seu caráter e sua especificidade já requer cuidados especiais com a natureza. A necessidade de floradas para a reprodução das colmeias exige dos apicultores cuidados especiais com o meio ambiente. No entanto, durante anos, eles produziram com queimadas e uso de agrotóxicos, entretanto as formações e informações recebidas em cursos e nas campanhas promovidas pelas cooperativas sobre os cuidados

com a natureza e as exigências ambientais feitas pelas certificadoras permitiram que os apicultores mudassem suas formas de coletar e produzir o mel.

Para fins das análises da dimensão ambiental do desenvolvimento sustentável, consideramos os seguintes princípios, conforme Quadro 6.

Quadro 6. Princípios Fair trade correspondentes à dimensão ambiental. Fonte: elaborado pelos próprios autores (2016).

- | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none">1. Práticas de negociação, e2. Respeito ao meio ambiente como aqueles que correspondem a esta dimensão |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Ao analisar as falas concernentes ao princípio que respeita o meio ambiente, observou a consciência dos apicultores com a natureza. Bem como a responsabilidade em assegurar que os cuidados com o meio ambiente sejam praticados por todos, inclusive pelo Poder Público.

Ao serem questionados sobre a preocupação com o meio ambiente, os apicultores evidenciaram os cuidados que todos devem ter com a natureza. Em todas as falas ficou claro o interesse e a capacidade que cada apicultor tem de valorizar seus ecossistemas através do processo de consciência e prática que cada um tem com o manejo dos enxames e o cuidado com a vegetação (Sachs, 2009):

Olha agora a gente é... evita ficá dermatano, entendeu? Num joga, num joga é... veneno na, nas plantas. Entendeu? É... é isso, essas coisas. (APICULTOR 7 DA COOPASC, grifo nosso).

É os, os apicultores hoje já tem consciência bem grande e antes num tinha em relação a, ao meio ambiente. Pra começar, pra ser apicultor você em vez de derrubar uma árvore tem é qui plantar, porque o mel é feito a partir da florada né. Aí muito já tem essa consciência. (PRESIDENTE DA COMPI, grifo nosso).

Aí não... nós faz tudo: não trabalha com veneno, por que se a gente trabalha com veneno acaba, ele... acaba destruindo o meio ambiente. (APICULTOR 1 DA MELCOOP, grifo nosso).

É um trabalho que a gente vem implantando na cabeça de cada um e tem os ADS que são pontos de motivação pra treinar né. Exatamente pra orientar de casa em casa a não usar nenhum produto químico, não fazer desmatamento, não agredir a natureza. Hoje a pessoa aqui da nossa região, hoje ele tem uma consciência que jamais ele derruba uma árvore, ele é mais eficiente que o próprio IBAMA, porque protege mesmo. (PRESIDENTE DA CODERVAP, grifo nosso).

Eles entenderam que valorizar o ecossistema apícola perpassa às exigências das certificadoras, implicando a sustentação das floradas no decorrer dos anos vindouros. Ao compreender essa premissa, cumprem o objetivo de conservação do meio ambiente, fundamentais para a qualidade de vida dos ecossistemas inseridos na cadeia produtiva estudada (IBGE, 2012).

A fala do presidente da COMPAI fica clara essa premissa ao dizer que somente agora os apicultores tiveram uma consciência em relação ao meio ambiente, destacando o fato de que para ser apicultor é importante plantar árvores e não as derrubar ou queimá-las.

Quando os apicultores foram questionados sobre o uso do agrotóxico viu-se a conscientização que todos têm quanto ao seu uso. A formação através dos cursos permitiu que

todo apicultor tomasse consciência do não uso de agrotóxico, assim, eles começaram a mudar suas atitudes e a forma de pensar sobre a inutilidade do agrotóxico em suas produções.

Percebeu-se em cada fala e nas expressões faciais ao opinarem sobre o uso de veneno nas vegetações, uma visão não somente ou o cumprimento de normas técnicas, mas eles realmente compreenderam os riscos e os males que o uso do veneno traz para suas saúdes, para a saúde de seus familiares e a sociedade em geral. Ou seja, não usar agrotóxico para os apicultores entrevistados não é apenas uma estratégia de mercado porque as certificadoras exigem, porque os clientes querem consumir mel sem agrotóxico, mas, é uma questão de percepção e decisão pessoal quanto ao não uso em virtude dos males causados para a natureza e para eles.

A cadeia apícola da Casa Apis tem melhorado suas negociações e maximizado suas ações de preservação e proteção com meio ambiente, e minimizado os impactos que produção do mel poder causar no ecossistema.

Análises da dimensão econômica

A CASA APIS constitui-se em um importante catalisador de anseios econômicos e sociais do semiárido brasileiro, capaz de dinamizar, articular e mobilizar os atores sociais da cadeia produtiva do mel piauiense, orientando-os e capacitando para grandes mudanças, como a inserção dos mesmos no mercado externo graças às suas diversas certificações (CASA APIS, 2016).

Durante muitos anos os apicultores sofreram com a falta de comércio para seus produtos e com a forte presença dos atravessadores. A baixa autoestima, somada aos problemas financeiros impediram durante anos a competitividade dos pequenos apicultores do semiárido brasileiro. A certificação *Fair trade* tem gerado bons resultados sob o ponto de vista econômico para as cooperativas e cooperados. Ela tem transformado a realidade das comunidades e inserido as cadeias certificadas no mercado externo, dando autonomia financeira para os apicultores, permitindo-os a adquirir bens que melhoram o processo produtivo, a vida de suas famílias.

Para fins das análises da dimensão econômica do desenvolvimento sustentável, consideramos os seguintes princípios (FLO, 2016; WFTO, 2016), Quadro 7.

Quadro 7. Princípios Fair trade correspondentes à dimensão econômica. Fonte: elaborado pelos próprios autores (2016)

1. Criar oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos;
2. Práticas de negociação
3. Pagamento de um preço justo
4. Promoção do Comércio Justo.

Para o presidente da COOPASC o principal benefício do *Fair trade* deve-se ao fato de favorecer a circulação de dinheiro na cidade. Na visão deste apicultor o pagamento em dia e justo gera autonomia financeira para os apicultores, favorecendo o fluxo de capital na comunidade e tornando mais eficiente a gestão dos seus recursos (Sachs, 2009):

Por exemplo, o benefício principal é que circula mais dinheiro na cidade, o produtor além de circular, os apicultor eles passa a não usar nada que prejudique o meio ambiente, eles passa a cobrar mais do algum serviço. (PRESIDENTE DA COOPASC, grifo nosso).

De acordo com a quantidade de mel que nós produz, vem em cima da quantidade aí dá uma porcentagenzinha. Daí, temos essas cadeiras, uma casa lá na BR, tem lá uma

casa, temos uma garagem aqui e mais alguma coisa que eu num lembro né. Nós temos um bucado de coisa que é desse chamado prêmio. (APICULTOR 2 DA CODERVAP, grifo nosso).

Mudou a venda do mel. Num tem mais aquele trabalho né, de fracionar e procurar compradores pra ele. Assim eu repasso o mel pra Cooperativa e a Cooperativa, e ela se encarrega de receber o da gente né. Acho interessante é isso. Ninguém num vai mais ter essa preocupação de vender pro atravessador. (APICULTOR 3 DA CODERVAP, grifo nosso)

O apicultor 3 da CODERVAP ressalta que durante muitos anos os apicultores sofreram recessão econômica por conta da forma injusta e antiética em que os atravessadores compravam o mel. Para Sachs (2009) o desenvolvimento econômico equilibrado é condição *sine qua non* para o atendimento da dimensão econômica, desta forma podemos dizer que a certificação *Fair trade* permitiu o atendimento desta dimensão, conforme as falas analisadas:

Quando a gente começou a abrir mercado com Fair Trade isso aí já facilitou muito. A gente conseguiu ter várias via de mercado, porque uma das facilidades que o Fair Trade trouxe. E o mercado interno também a gente conseguiu é por ser Fair Trade. Já ter essa estrutura e o nosso principal cliente hoje é o Wal-MartE dentro do clube do produtor com essa estrutura de Fair Trade já facilitou muito a gente ter acesso. O Fair Trade promoveu questões ambientais, questões sociais, essa preocupação nossa de organizar o grupo, ah! Isso aí deu suporte pra gente ter acesso mais rápido aí no mercado do produtor do Wal-Mart (PRESIDENTE DA MELCOOP, grifo nosso).

Conforme retratado pelos apicultores, encontrou-se a dimensão econômica do desenvolvimento sustentável, pois o *Fair trade* ampliou o mercado interno e abriu o mercado externo. Isto permitiu aos apicultores assegurar um fluxo contínuo de investimento em suas atividades, e gerou desenvolvimento econômico ao circular dinheiro na comunidade dos apicultores, nas compras de bens para suas famílias e suas casas de mel (Sachs, 2009).

Análises da dimensão política (nacional/internacional)

Segundo Sachs (2009) o conceito de Desenvolvimento Sustentável passou por muitas transformações evoluindo a partir das experiências positivas e negativas, tornando-se pertinentes reflexões também no campo das políticas. Em relação aos países do Sul, na visão do autor, deve-se implantar estratégias de desenvolvimento endógenos adequadas para promovê-los a uma civilização moderna e sustentável.

Para fins das análises da dimensão política do desenvolvimento sustentável, consideramos os seguintes princípios (FLO, 2016; WFTO, 2016), Quadro 8.

Quadro 8. Princípios Fair trade correspondentes à dimensão política. Fonte: elaborado pelos próprios autores (2016)

1. Transparência e prestação de contas;
2. Proibição do trabalho infantil, trabalho forçado;
3. Garantir boas condições de trabalho.

Nas análises em relação ao princípio da “transparência e prestação de contas” o apicultor 6 da COOPASC dá importância à política que trata do uso do prêmio justo, cujo o dinheiro não vem direto para o apicultor individualmente, mas fica na cooperativa e deve ser usado para o desenvolvimento comum de todos. Políticas como essas estabelecem um sistema administrativo para bens comum a todos os cooperados e seus familiares (Sachs, 2009):

Então, pra gente é importante que esse, *até esse dinheiro se for passado de mão em mão a gente acaba ficando sem nada né*, pra gente. *Que tem gente que não pensa não. Se a gente pegasse aquele dinheiro seria melhor, mais eu acho que não. Se você pega depois na hora de comprá você não vai querer pegar e, então, o importante pra gente é... até isso aí eu acho até importante né, o dinheiro não vim pra gente pegar diretamente em mão, é porque se pega, pega tem... num vô comprá, num vô ajudá, num vô participa.* E nesse ponto eu acho até melhor que tudo que a gente já conseguiu *aí a gente espera conseguir mais. Fé em Deus a gente vai consegui né? É vender mais e na hora que precisá dum equipamento numa casa de mel, melhorá a casa de mel, ou cooperativa aqui mesmo vai ser né bem melhó.* (APICULTOR 6 DA COOPASC, grifo nosso).

Segundo o presidente da CODERVAP todas as decisões da cooperativa são tomadas em comum acordo. Todas as informações são passadas durante as assembleias e neste momento, todos podem fazer uso da palavra para exprimir sua opinião, ou seja, essa política permite a plena democracia. O apicultor 5 da CODERVAP e a agente comercial nos Estados Unidos da América (USA) da Casa Apis corrobora com a fala do presidente da CODERVAP ao declarar a importância de participar das reuniões para discutir sobre o preço do mel, o que fazer com o recurso do prêmio justo e ficar atento a todas as informações da cooperativa.

O apicultor 1 da MELCOOP reconhece o benefício do *Fair trade* oriundo da política de antecipação de 50% do valor do mel antes da entrega do produto. Segundo o apicultor o mercado de mel é muito concorrido e esse valor ajuda-os a investir na produção. Desta forma, o *Fair trade* apoia a apicultura com a finalidade de aumentar o poder de barganha dos apicultores e contribuir para a competitividade dos seus negócios (Sachs, 2009).

Percebeu-se o esforço das cooperativas para que o máximo de cooperados participem de todas as assembleias locais e na Casa Apis. Os presidentes entendem a importância dessa participação para o crescimento e fortalecimento das cooperativas, pois quanto mais apicultores participarem do processo de tomada de decisões e comparecer nas prestações de contas, mais democrática se tornará essa cooperativa.

As análises mostraram que a chegada do *Fair trade* começou a desenhar políticas, consolidar e modernizar a apicultura do semiárido brasileiro, despertando na cadeia a necessidade de estratégias competitivas capaz de assegurá-la no mercado internacional.

Conclusão

Ao analisar os conceitos e as discussões que ocorrem em torno dos princípios norteadores do desenvolvimento sustentável e o do *Fair trade*, percebemos a relação entre esses dois conceitos. Enquanto o Desenvolvimento Sustentável está voltado para o redirecionamento da postura do homem em relação ao mundo e ao futuro deste, bem como a necessidade de mudança comportamental urgente sobre o respeito humano e ao meio ambiente, o *Fair trade*, por sua vez é a própria prática dessas mudanças por meio de suas ações comerciais justas e éticas, preocupado sempre com bem-estar social dos países em desenvolvimento e com a autonomia dos pequenos agricultores espalhados nas mais diversas cadeias produtivas do mundo (Sachs, 2007; 2009; Mello, 2007; FLO, 2016).

Concluimos em nosso trabalho que o *Fair trade* ao estimular e promover seus princípios a partir da sua certificação gera desenvolvimento sustentável na cadeia estuda. Identificamos as dimensões social, econômica, ambiental, cultural e política no cotidiano dos atores e suas comunidades, bem como as melhorias ocorridas nas mesmas após

a certificação e orientações do *Fair trade*. Nada obstante, observou-se que o modelo de desenvolvimento no âmbito dessas dimensões não está igualmente desenvolvido, ou seja, não existe ainda um equilíbrio no desempenho igualitários dessas dimensões, conforme propõe o modelo de Sachs (2009). Existe dimensões que estão mais desenvolvidas que as outras.

Segundo Sachs (2009) não há uma hierarquia entre as dimensões, elas devem ser consideradas e desenvolvidas igualmente para que haja o equilíbrio no ecossistema e desta maneira o desenvolvimento sustentável. Mesmo o autor considerando a *dimensão social* como a razão essencial do desenvolvimento, elas precisam apresentar-se equitativamente, pois esse equilíbrio é quem sustenta a eficácia do modelo e o bem-estar social.

Por exemplo, percebemos que nas cooperativas certificadas com o *Fair Trade* a dimensão ambiental está mais evidente na cadeia produtiva, seguida da dimensão cultural, econômica, política, e finalmente, a dimensão social. No entanto, muitas dessas dimensões praticamente não existiam antes da certificação, como por exemplo a dimensão ambiental.

Se analisarmos sob a ótica de Sachs (2009) que considera a dimensão social como a própria finalidade do desenvolvimento, a Casa Apis ainda não alcançou um nível ideal de desenvolvimento, mesmo que a certificação *Fair trade* tenha modificado os processos de produção e forma de comercialização, consequentemente promovendo e gerando o desenvolvimento de forma sustentável da cadeia produtiva.

Percebemos ainda, que o desenvolvimento das cooperativas não é igual em todas, por exemplo, alguns que estão melhor desenvolvidas em termos econômico ou social que as outras. Contudo, compreendemos que o *Fair trade* impactou as cooperativas certificadas ao modificar seus processos produtivos e administrativos, ao agregar valor à marca local introduzindo-a no mercado internacional; e como consequência dessas mudanças, melhorou as condições econômicas e sociais dos apicultores, a consciência e as práticas ambientais da cadeia produtiva, valorizou a cultura endógena (cultura local) das comunidades apícolas, bem como fortaleceu a políticas de acordos comerciais entre a cadeia e seus compradores, sejam eles nacionais ou internacionais.

Para as futuras pesquisas, sugerimos uma investigação a respeito das causas do modelo de desenvolvimento sustentável atual da Casa Apis, no que diz respeito à forma como as dimensões estudadas se apresentam atualmente.

Bibliografia

- » ALVES, Flávia Keller (2008) *Arranjo Socioprodutivo de Base Comunitária (APL. COM): Um Projeto Piloto na Comunidade do Entorno da Micro-Bacia do Rio Sagrado (Morretes/PR)*. Dissertação em Administração, Universidade Regional de Blumenau – Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas.
- » BARDIN, Laurence (2011) *Análise de conteúdo*. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70.
- » BECKER, Bertha (2007) Primeiras Intervenções. In: NASCIMENTOS, Elimar Pinheiro do; VIANNA, João Nildo. (Organ.). *Dilemas e desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil*. Rio de Janeiro: Garamind. p. 63-76.
- » BELLEN, Hans Michael Van (2010) As dimensões do desenvolvimento: um estudo exploratório sob a perspectiva das ferramentas de avaliação. *Revista de Ciências da Administração*. v. 12, n. 27, p. 143-168, maio/ago.
- » BOSSLE, Marília Bonzanini (2011) *Comércio justo no Brasil e a comercialização de produtos do algodão ecológico*. 2011. 117f. Dissertação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- » BURSZTYN, Maria Augusta Almeida, BURSZTYN, Marcel (2006) Desenvolvimento sustentável: biografia de um conceito. In: NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do; VIANNA, João Nildo (Orgs.). *Economia, meio ambiente e comunicação*. Rio de Janeiro: Garamond.
- » CAMARGO, Ana Luiza de Brasil (2012) *Desenvolvimento sustentável: dimensões e desafios*. Campinas/SP: Papirus.
- » CASA APIS (2016) *Empreendimento solidário: uma construção de parcerias*. (Apresentação Power Point).
- » CHIZZOTTI, Antônio (2006) *Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais*. Petrópolis: Vozes.
- » COLLIS, Jill, HUSSEY, Roger (2005) *Pesquisa em administração*. 2. ed. São Paulo: Bookman.
- » COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO – CMMAD (1991) *Nosso futuro comum*. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- » CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE TRANSPORTE – CNT (2016) Acessado em 26 agosto 2016. <<http://www.cnt.org.br/Boletim/boletim-estatistico-cnt>>
- » FAIRTRADE INTERNACIONAL (2016) Acessado em 22 agosto 2016. <<http://www.fairtrade.net/single-view+M5a48f6c78d6.html>>
- » FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL – FLO (2006) *Uma Introdução à Certificação de Comércio Justo*. Acessado em 30 agosto 2016 <<http://www.fairtrade.net/>>
- » INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE (2012) *Relatório dos Indicadores de desenvolvimento sustentável – Brasil: 2012. Série Estudos e Pesquisas: Informações Geográficas, nº 9*. Rio de Janeiro.
- » INSTITUTO DE LOGÍSTICA E SUPPLY CHAIN – ILOS (2016) Acessado em 26

- agosto. 2016. <<http://www.ilos.com.br/web/analise-de-mercado/relatorios-de-pesquisa/>>
- » MAIA, Tatiana, VIEIRA, Luciana Marques e WILK, Eduardo de OLIVEIRA (2007) Um estudo exploratório sobre o sistema de certificação fair trade e suas possibilidades de aplicação na cadeia apícola. In: *X Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais*, 2007, Rio de Janeiro. Anais.
 - » MAURER, Ângela Maria, MARQUESAN, Fábio Freitas Schilling e SILVA, Tania NUNES (2010) As relações entre as inovações sociais e o desenvolvimento sustentável: o caso UNIVENS. In: *XXXIV EnANPAD*, Rio de Janeiro.
 - » MELLO, Suely Amaral (2007) Infância e humanização. *Perspectiva - Revista do Centro de Ciências da Educação*, Florianópolis, v.25, n.1, p.83-104, jan./jul.
 - » NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do; VIANNA, João Nildo (2007) Apresentação. In: NASCIMENTOS, Elimar Pinheiro do; VIANNA, João Nildo. *Dilemas e desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil*. Rio de Janeiro: Garamond, p. 7-15.
 - » NOGUEIRA, Antônio Carlos Lima, SCHMUKLER, Adolfo (2010) Uma proposta de desenvolvimento regional e sustentável: parte 1. *Informações Fipe*, março de 2010. Acessado em 09 jun/2016. < <http://www.fipe.org.br/publicacoes> >
 - » RAYNOLDS, Laura (2002) Consumer/Producer Links in Fair Trade Coffee Networks. *Sociologia Ruralis*, Amsterdam, v. 42, n. 4, p. 404-424.
 - » RENARD, Marie-Christine (2003) Fair trade: quality, market and conventions. *Journal of Rural Studies*, Oxford, v. 19, p. 87-96.
 - » RUTHERFORD, Ian (1997) Use of Models to link Indicators of Sustainable Development. En: MOLDAN, Bed ich; BILHARZ, Suzanne. (eds.) *Sustainability indicators: report of the project on indicators of sustainable development*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
 - » SACHS, Ignacy (2009) *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. 2. ed. Rio de Janeiro: Garamond.
 - » SACHS, Ignacy (2007) *Dilemas e desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil*. Rio de Janeiro: Garamond.
 - » SACHS, Ignacy (1993) *Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente*. São Paulo: Studio Nobel/FUNDAP.
 - » SCHNEIDER, Johann (2012) *Relatório da pesquisa mundial de comércio justo: parte 1*. Brasília: SEBRAE.
 - » DE SOUZA, Edlúcio Gomes, DE OLIVEIRA ANDRADE, Elisabeth, et CÂNDIDO, Gesinaldo Ataíde (2008) A aplicação das dimensões do desenvolvimento sustentável: um estudo exploratório nos municípios produtores de leite bovino no estado da Paraíba. *Revista Eletrônica de Administração*, v. 14, n. 3, p. 1-19. Acessado em 02 abril 2016 <<http://seer.ufg.br/index.php/read/article/view/39369/25166> >
 - » VILELA, Sérgio Luiz de Oliveira; ALCOFORADO FILHO, Francisco Guedes (2000) *A cadeia produtiva do mel no estado do Piauí*. Teresina: EMBRAPA Meio Norte.
 - » WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION (2016) Acessado em 26 agosto 2016. <http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1506&Itemid=293. >
 - » YIN, Robert (2010) *Estudo de caso: planejamento e método*. Tradução Ana Thorell; revisão técnica Cláudio Damascena. 4ª edição. Porto Alegre: Bookman.

Maria Mislene Rosado de Sousa

Doutorando em Administração na Université Jean Monnet de Saint Étienne/França. Master Recherche en Logistique et Stratégie pela Aix-Marseille Université e Mestrado em Logística e Pesquisa Operacional pela Universidade Federal do Ceará. Professora do Curso de Gestão & Negócios do Instituto Federal do Piauí (IFPI). Desenvolve pesquisas nas áreas de Relações Interorganizacionais, Logística, Fair Trade e Desenvolvimento Sustentável.

José Carlos Lázaro da Silva Filho

Professor Associado da Universidade Federal do Ceará. Pós-doutorado no Zentrum Technik und Gesellschaft (ZTG) da TU-Berlin. Doutor em Planejamento Ambiental pela TU_Berlin. Mestre em Administração na área de Gestão de C&T pelo PPGA da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Desenvolve pesquisas nas áreas de Inovações Sustentáveis, Inovação Social, Gestão da Inovação, Fair Trade. Líder do grupo de pesquisa INOS (UFC).

Johnny Herberthy Martins Ferreira

Doutorando em Desenvolvimento e Meio Ambiente na UFPI (REDE PRODEMA) com estágio doutoral na França na Faculté d'Economie et de Gestion - Aix Marseille Université. Mestrado em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professor de Administração do IFMA. Desenvolve pesquisas nas áreas de Inovação Social, Fair Trade, Relações Interorganizacionais e Cenários Prospectivos.